

## Силабус курсу Основи PR

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Освітньо-професійна програма «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Дні занять: вівторок 9.35-12.30, ауд.231; середа, 9.35-12.30, ауд.231, четвер 9.35-12.30, ауд.231.

Консультації: середа 14.00-16.00, ауд. 231

Рік навчання: II. Семестр: IV.

Мова викладання: українська

Викладач курсу:	Д-р пед. наук, професор кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Сорока Ольга Вікторівна
Контактні телефони викладача:	067-3542805
E-mail викладача:	<a href="mailto:Sorokaolga175@gmail.com">Sorokaolga175@gmail.com</a>
Формат дисципліни	Нормативна
Обсяг дисципліни:	Кредити ЄКТС – 4 (120 год.)

### Опис дисципліни

Дисципліна «Основи PR» спрямована на оволодіння необхідними знаннями та навичками для виконання функцій прес-секретаря, менеджера комунікаційної структури, експерта, консультанта, референта в державних і громадських установах та організаціях соціокультурної сфери, комерційних структурах з питань масової інформації та ділової комунікації, суспільних зв'язків, гуманітарних технологій.

### Структура курсу

Години (лекц./ сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/2	Місце PR в системі маркетингу	Розкрити сутність «маркетингу». визначити ключові поняття системи маркетингу (товар, послуга, ідея, ринок, відносини учасників ринку, характеристики товарів / послуг, обмін і операції). Охарактеризувати концепції маркетингу. проаналізувати маркетинг як спосіб мислення, спосіб дій, науку. Описати елементи маркетинг-міксу.	Усна відповідь, есе, термінологічний диктант
2/2	Сутність, зміст і специфіка PR як наукової і навчальної	Розкрити зміст поняття PR. Охарактеризувати PR як мистецтво, сферу діяльності, функцію управління комунікаціями,	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні

	дисципліни	стратегію управління комунікативним простором, систему. Визначити мету, завдання, об'єкт, предмет PR. Описати функції, принципи та умови ефективності PR. Розкрити особливості діяльності PR-фахівців	повідомлення
	Організація процесу PR	Проаналізувати історію виникнення PR як комунікативної технології. Охарактеризувати історичні моделі послідовного розвитку PR. Охарактеризувати стан PR в Україні. Проаналізувати спільні і відмінні ознаки PR та журналістики, реклами, інформаційно-комунікаційних технологій. Описати прес-посередництво, просування (промоушн), громадські справи, пабліситі, рекламу	Усна відповідь, термінологічний диктант
2/	Основні етапи діяльності PR	Обґрунтувати необхідність визначення проблеми. Описати кабінетні, вузькоцільові, безперервні дослідження. Охарактеризувати вибірку опитуваних. Проаналізувати дані та представити отримані результати. Розкрити особливості планування PR-програми. Охарактеризувати місію і стратегію PR	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення
/2	Громадськість і суспільна думка у сфері паблік рілейшнз	Розкрити сутність поняття «громадськість». Охарактеризувати типологію груп громадськості за ціннісними орієнтаціями та стилем життя. Розкрити особливості суспільної думки, її ознаки. Описати особливості дослідження громадської думки	Усна відповідь, термінологічний диктант
2/2	Комунікація і її вплив на громадськість	Розкрити змістове наповнення публічного виступу, його цілі. Представити складання конспекту промови. Визначити правила складання текстових матеріалів. Охарактеризувати засоби масової комунікації і їх види. Розкрити принципи роботи зі ЗМІ, з пресою. Охарактеризувати прес-конференції, прес-тур	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення
	Створення іміджу	Визначити природу, властивості, ознаки, види іміджу. Охарактеризувати репутацію, соціальний стереотип. Визначити,	Усна відповідь, термінологічний диктант,

		як внутрішня громадськість впливає на імідж організації соціокультурної сфери. Описати сутність, вимоги до PR-реклами іміджу	інформаційні повідомлення
/2	Організація спеціальних подій	Розкрити сутність і різновиди спеціальних подій (церемонії відкриття, прийоми, презентації, конференції, дні відкритих дверей, круглі столи, виставки)	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення
2/	Чорний PR	Розкрити особливості маніпулювання виборцями. Проаналізувати види маніпуляцій в «чорному піарі». Описати «чорні» політтехнології. Визначити стратегії ведення передвиборчої кампанії. Описати прийоми дискредитації суперників	Усна відповідь, термінологічний диктант, інформаційні повідомлення

### Літературні джерела

1. Абельмас Н. В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз. Феникс, 2008.
2. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. Курс лекций. Москва: ИКФ Экмос, 2002. 480 с.
3. Безумова Л. Г. Основы PR-технологий : курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений. Самара : Самар. гуманитар. акад., 2009. 96 с.
4. Вежель Л. М. Основы зв'язків із громадськістю навчальний посібник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
5. Зінченко А. Г. Еволюція і розвиток PR: теоретичні та методологічні основи. URL : [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168\\_no-5-6\\_vol-10\\_2005\\_UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2005/10/164-168_no-5-6_vol-10_2005_UKR.pdf)
6. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основы реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
7. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Журналістика в піарі та піар у журналістиці: навчальний посібник. Київ : Грамота, 2010. 288 с.
8. Кальна-Дубінюк Т. П., Буряк Р. І. Паблік рілейшнз : навчальний посібник. К., 2010. 204 с.
9. Катлип С. М., Центер А. Х., Брум Г. М. Паблік рилейшенз: теория и практика. 8-е изд. Москва : Вильямс, 2003. 615 с.
10. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник. МОН України. 3-є вид., допов. і перероб. Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 831 с.

11. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері: підручник. НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. Київ, 2013. 472 с.
12. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 246 с.
13. Мойсєєв В. А. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2007. 224 с. : іл. (Альма-матер).
14. Пізнюк Л. В. Паблік рілейшнз: навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2005. 239 с. (Мережа дистанційного навчання).
15. Полякова О. О. Основи паблік рілейшнз: курс лекцій. Х: НУЦЗУ, 2012. 79 с.
16. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз: навчальний посібник. 2-е вид., випр. и доп. Київ : Знання, 2004. 376 с. (Вища освіта ХХІ століття).
17. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетингологів: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
18. Ромат Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с.
19. Слісаренко І. Ю. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління: навчальний посібник. МАУП. Київ, 2001. 103 с.
20. Шейнов В. П. Пиар «белый» и «черный»: Технологии скрытого управления людьми. М., 2007.
21. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика: пер. с англ. Москва : ИНФРА-М, 2002. 493 с. (Современные консалтинговые технологии).

### **Політика оцінювання**

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модулі І–ІІ (теми 1, 2, 5, 6, 8)– усне і письмове опитування, обговорення	70
Екзамен	30